

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Teori *Uses and Gratifications* ini mengenai bagaimana individu memenuhi kebutuhan dalam menggunakan media. *Uses and Gratification* menurut Nurudin (2007:192), merupakan teori yang menanggapi teori peluru. Teori peluru meyakini bahwa media berperan aktif dalam memberikan pengaruh terhadap audiens, audiens dianggap pasif dan akan menerima semua pesan seperti peluru yang langsung mengenai sasaran. Teori ini berkembang pada tahun 1974 dan orang pertama yang memperkenalkan teori ini adalah Herbert Blumer dan Elihu Katz. Teori *uses and gratification* milik Blumer and Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Blumer and Katz juga percaya bahwa khalayak memiliki banyak cara dan banyak alasan yang digunakan guna memutuskan menggunakan media mana dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.

Dorongan dalam mengkonsumsi media dipengaruhi karena adanya suatu kebutuhan. Kebutuhan tersebut membentuk motif yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu, yaitu dengan menggunakan media. Seperti yang dijelaskan oleh Effendy (2003:289) bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Menurut Wimmer (2003:311) dalam bukunya yang berjudul *Mass Media Research* mengatakan bahwa “A *uses and gratifications study is used to study all*

media content”. Jadi pendekatan *uses and gratification* ini tidak hanya digunakan dalam media massa saja akan tetapi juga dapat digunakan untuk media internal. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Pavlik, Nwosu & Ettel (2005) yang meneliti tentang motif membaca *newsletter*. Mereka menemukan bahwa perbedaan karakteristik khalayak memengaruhi motif membaca *newsletter* yang disampaikan organisasi. Upaya ini berangkat dari pemikiran bahwa komunikasi antara organisasi dan khalayak mesti bersifat akomodatif dan dua arah yang memungkinkan interaksi antara kedua pihak (Kriyantono, 2014: 337).

Komunikasi merupakan bagian dari proses manusia untuk mendapatkan kebutuhan hidupnya. Muhammad (2009:4-5) mengartikan komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku, dalam proses komunikasi dibutuhkan adanya satu unsur yang penting dalam penyampaian pesan tersebut adalah “media”. Pengertian media *Public Relations* dalam Ilmu Komunikasi adalah sarana penghubung yang dipergunakan oleh seorang *public relations* (mewakili organisasi) dengan publiknya, yaitu publik internal maupun publik eksternal untuk membantu pencapaian tujuan (Nova, 2011: 200).

Menurut Soemirat dan Ardianto (2004:22-23) menjelaskan bahwa di Indonesia baik perusahaan swasta dalam bidang industri dan perdagangan, pemerintah, organisasi massa (nonprofit) seperti organisasi profesi, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), organisasi pemuda dan organisasi sosial politik, berupaya menerbitkan *House Jurnal* (media internal). Perkembangan kemajuan bidang ekonomi dan pendidikan manusia Indonesia yang semakin tinggi, maka media internal dianggap

sebagai media alternatif dalam melakukan komunikasi dialogis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya. Begitu pula dengan organisasi keagamaan seperti gereja menerbitkan media tersebut. *House Jurnal* dapat berupa *newsletter*, yang digunakan untuk menyalurkan informasi. *Newsletter* sendiri merupakan berisi pokok-pokok berita yang diperuntuhkan bagi pembaca yang sibuk.

Berkaitan dengan hal ini, maka *newsletter* dianggap penting oleh salah satu lembaga keagamaan yang berada di Surabaya yakni Gereja Huria Kristen Batak Protestan (HKBP). Nommensen (2005:95-103) menjelaskan bahwa HKBP adalah wadah bagi umat Kristen suku Batak Toba untuk melakukan persekutuan. Gereja HKBP ditata mengikuti sistem keuskupan, mirip dengan Gereja-gereja yang menganut sistem *episkopal* seperti Gereja Katolik Roma. Pemimpin tertingginya disebut Ephorus. Ephorus HKBP yang pertama adalah Dr.I.L.Nommensen, di bawahnya adalah Praeses yang memimpin distrik-distrik gereja, sementara dibawah distrik terdapat ressort yang dipimpin oleh pendeta ressort dan di tingkat yang paling bawah adalah jemaat individual yang dipimpin oleh pendeta (Wawancara dengan Pdt. Bernard Pasaribu, Gereja HKBP Dukuh Kupang 23 Februari 2016).

Gereja HKBP ressort Surabaya sekarang ini dapat ditemukan enam Gereja HKBP, yaitu Gereja HKBP Kedondong, Gereja HKBP Dukuh Kupang, Gereja HKBP Ujung, Gereja HKBP Waru, Gereja HKBP Sidoarjo, dan Gereja HKBP Rungkut. Fokus peneliti terdapat di Gereja HKBP ressort Surabaya dengan alasan bahwa, di dalam Gereja HKBP ressort Surabaya terdapat salah satu Gereja yang tertua atau dapat dikatakan sebagai Gereja yang pertama di Surabaya, yaitu Gereja HKBP Kedondong. Selain itu jumlah jemaat Gereja HKBP ressort Surabaya

lebih banyak dibandingkan dengan Gereja HKBP ressort Manyar dan Gereja HKBP ressort Tanjung Perak (Almanak HKBP, 2016: 408).

HKBP mengelola satu-satunya media komunikasi, media yang dikelola berupa format *newsletter* dan bernama “Warta Jemaat”. Menurut Pedoman Penata Layanan HKBP (2011:61) Warta Jemaat ialah suatu bentuk pengumuman atau pemberitahuan tentang suatu atau berbagai hal untuk diketahui dan untuk dilaksanakan oleh sebagian atau seluruh anggota Jemaat.

Peneliti tertarik untuk meneliti media komunikasi yaitu “Warta Jemaat” karena media ini merupakan satu-satunya media untuk kalangan anggota jemaat Gereja HKBP yang sampai saat ini tetap digunakan. Selain itu, dalam hal penulisan Warta Jemaat menggunakan dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Batak Toba (bahasa khas suku batak toba) yang merupakan mayoritas dari jemaat Gereja HKBP. Warta Jemaat ini sudah terbit sejak Gereja HKBP berdiri, warta jemaat tersebut diterbitkan seminggu hanya sekali. Di minggu ganjil seperti minggu ke-1 dan ke-3 warta jemaat diterbitkan dengan menggunakan bahasa Indonesia, sedangkan di minggu genap seperti minggu ke-2 dan ke-4 menggunakan bahasa Batak Toba (Wawancara dengan Pdt. Bernard Pasaribu, Gereja HKBP Dukuh Kupang 23 Februari 2016).

Setiap minggunya Gereja HKBP Kedondong membagikan warta sebanyak 750 eksemplar, Gereja HKBP Dukuh Kupang membagikan warta sebanyak 500 eksemplar, Gereja HKBP Ujung membagikan warta sebanyak 400 eksemplar, Gereja HKBP Waru membagikan warta sebanyak 350 eksemplar, Gereja HKBP Sidoarjo membagikan warta sebanyak 500 eksemplar, Gereja HKBP Rungkut membagikan warta

sebanyak 200 eksemplar. Warta jemaat ini dibagikan kepada semua jemaat yang hadir, baik itu jemaat tetap dan jemaat tidak tetap, bahkan dibagikan kepada jemaat yang baru pertama kali datang ke Gereja HKBP.

Hal yang menarik di antara Warta Jemaat yang terdapat di enam Gereja HKBP Surabaya, yaitu dalam hal format berita-berita yang tercantum mempunyai kesamaan walaupun berbeda pada setiap isi dari warta jemaat tersebut. Seperti halnya penyusunan berita pengumuman, urutan warta keuangan, laporan pelayanan, dan sebagainya. Selain itu di dalam Warta Jemaat terdapat berbagai macam informasi yang berhubungan dengan kegiatan yang akan diadakan oleh Gereja pusat.

Pada dasarnya motif seseorang dalam membaca Warta Jemaat merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Peneliti melihat bahwa jemaat HKBP tergolong sebagai khalayak yang aktif, di mana khalayak akan mengambil media tersebut karena mereka mempunyai motif yang mendorong untuk berbuat sesuatu. Di samping itu Warta Jemaat ini disediakan secara gratis, karena media tersebut disediakan secara gratis, maka jemaat dapat mengambil warta jemaat sesuai dengan kebutuhannya.

Peneliti ingin mengetahui motif jemaat Gereja HKBP dalam membaca Warta Jemaat dengan menggunakan empat indikator kategori motif pengonsumsi media menurut McQuail (1987:72) yaitu Informasi, Identitas Pribadi, Integrasi dan Interaksi sosial, Hiburan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka timbul pertanyaan. Sehingga, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Apa Motif Jemaat Gereja Huria Kristen Batak Protestan Ressort Surabaya dalam membaca *newsletter* (Warta Jemaat)?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka secara umum maksud dan tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui Motif Jemaat Gereja Huria Kristen Batak Protestan Ressort Surabaya dalam membaca *newsletter* (Warta Jemaat).

I.4 Batasan Masalah

Topik penelitian yang di angkat di batasi pada:

1. Gereja HKBP yang di pilih yaitu Gereja Huria Kristen Batak Protestan Ressort Surabaya yang terdiri dari, Gereja HKBP Kedondong, Gereja HKBP Dukuh Kupang, Gereja HKBP Ujung, Gereja HKBP Waru, Gereja HKBP Sidoarjo, Gereja HKBP Rungkut.
2. Suku Batak dibatasi hanya suku Batak Toba, karena jemaat dari HKBP berasal dari suku Batak Toba.
3. Jemaat gereja HKBP ressort Surabaya.
4. Motif membaca *newsletter* yaitu Warta Jemaat.
5. *Newsletter* sebagai media informasi Gereja.
6. Batas penelitian di tahun 2016.

I.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat dari pelaksanaan penelitian ini, antara lain:

I.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai kajian komunikasi dan wawasan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan Motif dalam menggunakan Media Internal.

I.5.2 Manfaat praktis

1. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi HKBP dan segala organisasi terutama Gereja yang menggunakan *newsletter* sebagai media informasi dengan khalayaknya terutama Gereja-gereja lain yang hampir semua memiliki Warta Gereja.
2. Penelitian ini juga akan memberikan informasi bagi HKBP mengenai motif Jemaat dalam membaca *newsletter* (Warta Jemaat).
3. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi HKBP *ressort* dalam mengolah dan mendistribusikan Warta sehingga dapat berkembang ke arah yang lebih positif.